



Вороной Евгений

Руководитель отдела франчайзинга компании STT

EQ КИЛЛЕРЫ



**PRODUCT
MANAGEMENT
CONFERENCE**

**ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
ДЛЯ ПРОДАКТ-МЕНЕДЖЕРОВ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ**

Кросс-функциональная команда или смерть!



Плюсы и минусы Кросс – функциональной команды

ПЛЮСЫ

- обмен знаниями
- дается возможность проявить творческие способности в |
- быстрая проверка гипотез
- открытость
- равенство участников

МИНУСЫ

- ограниченность в действиях
 - не подходят для больших проектов
 - анархия
 - самоуправство
 - непригодность для рутинных и повседневных задач
 - высокие требования к формированию команды
- переходный период и риски психологической несовместимости



Поверхностный уровень знаний о кросс-функциональной команде



ЛИДЕРСТВО

МОТИВАЦИЯ

Исходный Код человека

IQ – коэффициент
интеллекта;

EQ – эмоциональный
интеллект;

VQ – коэффициент тела
или коэффициент
жизненной энергии



Исходный код команды



ИСХОДНЫЙ КОД
КОМАНДЫГ

(сумма **IQ** всех участников
команды/количество участников команды)

+

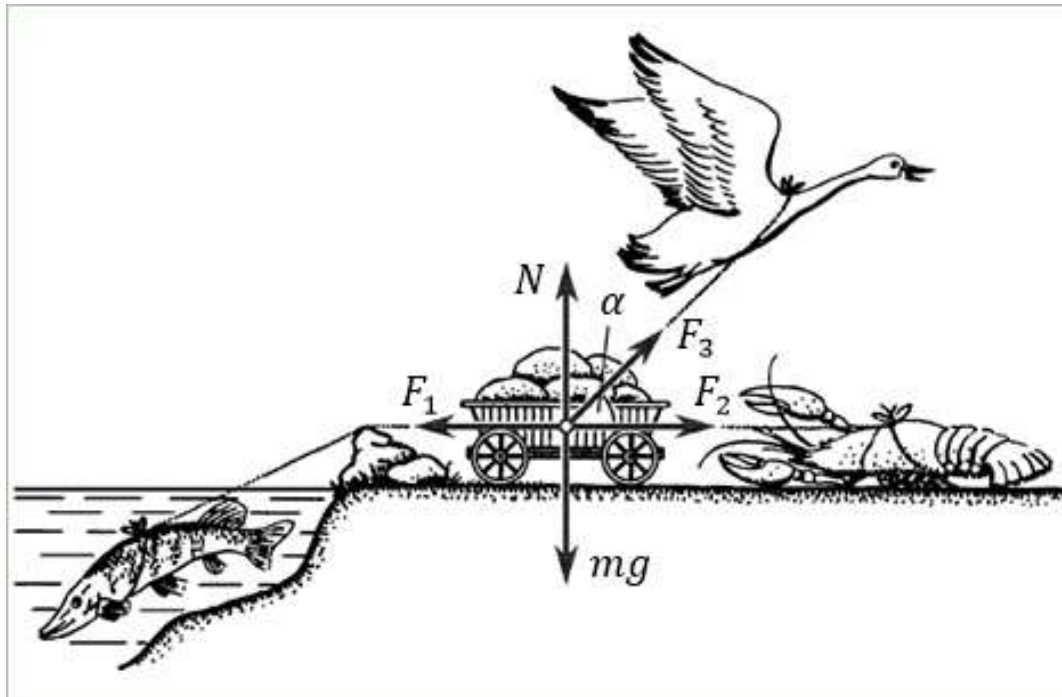
(сумма **EQ** всех участников
команды/количество участников команды)

+

(сумма **VQ** всех участников
команды/количество участников команды)



ИСХОДНЫЙ КОД ТИПИЧНОЙ КРОСС-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ КОМАНДЫ



Лебедь + Рак + Щука

КТО ТАКИЕ EQ КИЛЛЕРЫ?



- Люди, подверженные очень сильной негативной эмоции
- Уверены, что поступают единственно правильным способом
- На уровне задач такие люди выполняют все, что Вы говорите. Но само их присутствие разрушает то, что вам как руководителю приходится строить ценой невероятных усилий
- Словно ложка дёгтя в бочке мёда, способны испортить атмосферу даже в самом боевом и слаженном коллективе
- Высокий уровень негативного влияния на других членов команды

Тип 5.
"Заяц"



Тип 2.
"Змея"



Тип 3.
"Скунс", или "партизан"



Тип II.
"Неуловимый"



Тип 4.
"Вампир"



Тип 7.
"Истеричка"



Тип 6.
"Русалка"



Тип 1.
"Кирпич, или "Рыцарь печального образа"



Тип 8.
"Мнимый больной"



ESG. Работа с кросс-функциональной командой



1. ДИАГНОСТИКА



2. РАЗРАБОТКА
СТРАТЕГИИ



3. ВНЕДРЕНИЕ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ